

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Digital Event Marketing merupakan bagian dari divisi *marketing*. Dalam pelaksanaan tugas *event marketing* harus bersinergi dengan bagian lain dalam divisi *marketing*. *Event marketing* ini dijalankan oleh Maria Agustin Sael sebagai *Event Executive* dan diawasi langsung oleh Ratri Endah Rahayu sebagai *Marketing Manager*.

SIRCLO (PT Lingkar Niaga Solusindo) membuka kesempatan bagi mahasiswa tingkat akhir strata satu (S1) untuk mengikuti program *internship* di SIRCLO. Pada bagian *Event Marketing* dapat diisi oleh mahasiswa dari jurusan ilmu komunikasi atau manajemen. Penulis yang berlatar belakang ilmu komunikasi melamar posisi *Event Marketing* di bawah bimbingan Maria Gustina Sael selama 3 bulan, periode 24 Agustus – 04 Desember 2020. Program magang di SIRCLO menuntut agar mahasiswa yang menjalani proses magang ini diharapkan dapat belajar dan mengambil peran dalam setiap program kerja yang ada. Mahasiswa juga diharapkan untuk aktif dan inovatif dalam menjalankan program kerja yang dijalankan pada divisi *marketing* dan perusahaan. Program kerja yang dijalankan *Event Marketing* berkaitan dengan meningkatkan awareness dari target audiens dan juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai dunia bisnis *online*.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Selama menjalani masa kerja magang penulis melakukan tugas dari persiapan sebelum acara (*pre-event*) melaksanakan acara (*event*) hingga membuat laporan pertanggung jawaban acara (*post-event*). Tugas selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Rincian Tugas

No	Tugas	Bulan											
		Agst		Sep		Okt		Nov					
Pre-event													
1	Melakukan Research untuk mencari partner yang akan diajak kerjasama												
2	Mengirimkan pengajuan kerjasama kepada calon partner yang akan diajak untuk berkolaborasi												
3	Bertemu dengan partner bersama dengan mentor secara <i>online</i> untuk membicarakan mengenai rancangan acara yang akan diadakan												
4	Mencatat hasil pertemuan dan merumuskannya kedalam konsep Acara												
5	Membuat Term of Reference (TOR) untuk Speaker yang akan diundang												
6	Memberikan TOR yang telah dibuat kepada mentor untuk dinilai kesesuaiannya.												
7	Mengirimkan TOR dan juga meminta kelengkapan data kepada speaker untuk keperluan publikasi seperti Nama lengkap, Posisi atau jabatan, foto dan juga logo perusahaan speaker.												
8	Melakukan Follow up kepada speaker terkait dengan kelengkapan publikasi dan juga materi presentasi.												
9	Membuat formulir pendaftaran, <i>webinar</i> room, dan juga polling dan												

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Pre Event*

Selama melaksanakan praktek kerja magang di SIRCLO, Penulis melakukan beberapa pekerjaan. Semua tugas yang dilakukan oleh penulis merupakan rangkaian proses penyelenggaraan acara. Adapun tugas yang dilakukan dimulai dari *pre-event* adalah dalam mempersiapkan sebuah acara biasanya penulis memiliki dua cara yaitu melakukan pencarian beberapa pembicara yang sekiranya tepat membawakan topik tertentu. Atau melakukan kerjasama dengan *partner* atau komunitas yang mengajukan kolaborasi kepada SIRCLO. Tahap selanjutnya adalah mengatur waktu untuk dapat bertemu secara daring untuk membicarakan topik acara, tanggal pelaksanaan, hingga bagaimana teknis acara yang akan diselenggarakan. Setelah selesai melakukan pertemuan secara *online*, jika pihak SIRCLO yang membuat *Term of Reference* (TOR) maka akan langsung dibuatkan TOR-nya pada hari yang sama.

Proses pembuatan TOR ini memakan waktu 1-2 hari karena setelah penulis membuat TOR selanjutnya akan diperiksa terlebih dahulu oleh mentor penulis dan dilakukan kurasi dengan bantuan dari tim content marketing. Pada tahap awal ini, penulis belajar bagaimana mempersiapkan sebuah TOR yang baik dan benar. Selain itu kemampuan berkomunikasi dan bernegosiasi dengan *partner*, pembicara, atau komunitas sangat diuji. Setelah melewati tahap penulisan TOR dan jika sudah disetujui oleh kedua belah pihak penulis menulis konten *briefing* untuk pembuatan visual acara.

Dalam membuat konten ini penulis harus mencari kalimat yang tepat untuk menggambarkan topik dari acara tersebut. Setelah penulisan kontennya telah selesai, tahap selanjutnya adalah membuat form registrasi, dan ruangan pada aplikasi Zoom yang akan digunakan sebagai tempat penyelenggaraan *webinar* secara *online*. Selain membuat ruangan, penulis juga melengkapi nya dengan *polling* dan juga survei penilaian untuk nantinya diisi oleh peserta. Jika sudah selesai penulis

meminta mentor untuk me-review kontennya. Jika dirasa sudah sesuai, selanjutnya penulis akan meminta bantuan dari tim content marketing untuk melakukan kurasi. Setelah itu *brief* ini akan diberikan kepada tim creative untuk diterjemahkan menjadi konten visual seperti dibawah ini.

Gambar 3.1 konten visual



Gambar 3.2 Konten visual



Sumber: Olahan penulis, 2020.

Setelah menyerahkan *brief* kepada tim creative yang memakan waktu 2-3 hari, pada waktu yang bersamaan penulis juga berkoordinasi dengan tim Social Media untuk mengatur jadwal publikasi di instagram @sirclosolution. Namun, sebelum diunggah ke instagram konten visual yang sudah jadi akan diberikan kepada pembicara untuk dilihat terlebih dahulu, jika ada masukan dan perubahan yang ingin dilakukan dapat dilakukan revisi terlebih dahulu sebelum diunggah ke instagram. Jika proses pengunggahan telah dilakukan, penulis akan berkoordinasi dengan tim Digital Marketing untuk melakukan *boost posting* event atau dapat disebut mengiklankan poster acara di sosial media dengan menggunakan *paid advertising*. Serta memantau form pendaftaran dan memberikan laporan jumlah peserta kepada mentor. Selain itu, penulis juga mengatur waktu untuk melakukan simulasi penggunaan Zoom dan memberitahukan jadwal acara kepada pembicara. Untuk simulasi biasanya akan dilakukan satu hari sebelum acara dilaksanakan.

3.3.2 *Event*

Saat menjalankan event dari pihak SIRCLO akan memulai *webinar* 30 menit lebih awal dari jam yang sudah ditentukan untuk melakukan cek terakhir terkait dengan teknis. Jika dirasa sudah aman dan pembicara sudah *join* ke dalam *webinar* tersebut maka, Host dari *webinar* ini akan memperbolehkan peserta untuk join dengan menekan tombol *broadcast now*, Biasanya hal ini dilakukan 15 menit sebelum acara dimulai dengan tujuan untuk mengumpulkan peserta terlebih dahulu. Saat menunggu *webinar* dimulai, pihak SIRCLO akan melakukan *share screen & share audio* berupa banner dan lagu untuk membuka *webinar*. Pada saat yang bersamaan penulis juga melakukan tugas untuk menyapa peserta yang hadir melalui kolom komentar tidak lupa juga penulis menekan tombol *record* untuk merekam jalannya acara. Jika waktu sudah menunjukkan jam untuk memulai *webinar* maka, pembawa acara akan menyapa seluruh peserta dan juga pembicara serta dilanjutkan dengan rangkaian cara lainnya. Rata rata peserta yang hadir pada saat acara *webinar* adalah 60-100 orang per acara. Saat sampai di penghujung acara, penulis akan meluncurkan polling yang berisi penilaian terhadap acara *webinar* pada hari itu. Tahap terakhir setelah acara telah selesai adalah pembuatan laporan. Laporan yang dibuat ini merupakan hasil dan data dari polling yang telah diluncurkan pada saat *webinar*, data peserta yang hadir, dan survei.

3.3.3 *Post Event*

Untuk data polling ini akan dirangkum kedalam tabel agar mudah untuk dibaca. Bentuk laporan dari hasil polling ini ada dua. Yang pertama merupakan data yang dimasukan kedalam tabel untuk laporan internal dan data dalam penyusunan yang lebih rapi untuk diberikan kepada eksternal yaitu pembicara.

Tabel 3.2 Laporan Polling Internal

Hasil Survei Kelas Online Strategi Digital Marketing dengan Instagram Shopping					
indikator	skala	Apakah Anda puas dan merasa terbantu dengan adanya <i>webinar</i> ini?	Hal apa yang membuat kamu tertarik untuk menghadiri Kelas Online hari ini?	Bagaimana speakers dan materi Kelas Online hari ini menurut kamu?	Apakah anda ingin mnegetahui lebih lanjut tentang SIRCLO?
poll	Sangat baik	31	-	39	-
	Baik	14	-	35	-
	Cukup	43	-	14	-
	Kurang	-	-	-	-
	Sangat kurang	-	-	-	-
	Speaker yang berwawasan	-	14	-	-
	Materi yang dibawakan	-	66	-	-
	Publikasi acara yang menarik	-	8	-	-
	Ya				76
	Tidak				12
	Total	88	88	88	88

Sumber: Olahan penulis, 2020.

Gambar 3.4 laporan polling eksternal



Sumber : Olahan penulis, 2020.

Setelah mengelola hasil survei, data yang sudah ada akan disebarakan kepada internal dan kepada pihak Eksternal yaitu speaker. *Email* yang akan dikirimkan kepada pembicara akan berisi ucapan terima kasih, hasil survei, dan *link* rekaman *webinar*. Selain itu, untuk *email* yang

dikirimkan kepada peserta akan berisi ucapan terima kasih dan *link* rekaman *webinar*.

3.3.4 Tugas Lain

Selain melakukan persiapan *pre-event*, *event*, dan *post-event*. Penulis juga diberikan kesempatan untuk merancang kampanye untuk membantu SIRCLO dalam mendapatkan pelanggan baru. Kampanye yang dirancang oleh penulis ini adalah bagian dari kampanye #MulaiSekarang yang memiliki 3 target audiens yaitu mahasiswa, organisasi pemerintah, dan komunitas bisnis/UMKM. Penulis ditugaskan untuk merancang kampanye untuk target audiens mahasiswa dengan kriteria mahasiswa, memiliki usaha, dan ingin melebarkan bisnis ke dunia digital. Dengan kriteria ini penulis merancang kampanye SIRCLO Academy.

SIRCLO Academy sendiri merupakan sebuah kampanye yang ditujukan untuk mengedukasi mahasiswa yang memiliki bisnis atau ingin memulai bisnis dengan menggunakan platform digital. Dengan adanya SIRCLO Academy ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi para pebisnis muda untuk dapat mengembangkan bisnis di dunia digital. Sejalan dengan tujuan ini SIRCLO Academy memiliki hashtag #BeraniMelangkah. Program SIRCLO Academy terbagi menjadi 2 program utama yaitu program Ruang Diskusi, dan program Mentoring. Karena kampanye ini adalah program baru yang diadakan, maka penulis juga membuat konten untuk mengumumkan bahwa SIRCLO sekarang memiliki SIRCLO Academy yang akan diunggah ke instagram @sirclosolution. Dalam membentuk publikasi ini penulis yang dibantu oleh tim creative dan juga content marketing. Untuk melihat bentuk publikasi ini silahkan untuk membuka lampiran.

Program *Webinar* terdiri dari dua format. Format pertama merupakan format kuliah tamu dimana dari SIRCLO akan menyediakan dosen tamu untuk mengisi mata kuliah tertentu. Namun sampai dengan masa kerja magang penulis berakhir Ruang Diskusi dengan Format kuliah tamu belum sempat dijalankan. Format yang kedua adalah Ruang Diskusi. Pelaksanaannya kurang lebih sama seperti kelas *online* yang diadakan SIRCLO. Namun, pembedanya adalah target audiens dan juga

pengemasan acara yang lebih ringan untuk mahasiswa. Untuk Ruang Diskusi ini akan dilangsungkan selama 1 jam 30 menit atau 2 jam. Pelaksanaan ruang diskusi juga belum pernah dilaksanakan sampai dengan masa kerja magang penulis selesai.

Program Mentoring merupakan program kedua yang ada dalam rangkaian kampanye SIRCLO Academy. Program ini dilaksanakan dengan memberikan 4 kelas bimbingan kepada seluruh peserta secara Gratis dalam kurun waktu 2 minggu. Program ini juga telah berjalan untuk gelombang 1 diadakan pada 1, 3, 8, dan 10 Desember 2020 tepatnya setiap hari selasa dan kamis pada pukul 19.00 - 20.00 WIB. Untuk pendaftaran dari program mentoring ini, penulis juga membuatkan konten publikasi yang di unggah di instagram untuk mengumumkan pendaftaran peserta program mentoring. Dalam membentuk publikasi ini penulis yang dibantu oleh tim creative dan juga content marketing. Untuk melihat bentuk publikasi ini silahkan untuk membuka lampiran. Peserta gelombang 1 SIRCLO Academy Program Mentoring adalah 122 orang dan peserta ini akan diinvite ke dalam group SIRCLO Academy untuk diberikan *link* untuk kelas mentoringnya. Terkait dengan kurikulum SIRCLO Academy Program Mentoring Gelombang 1 adalah sebagai berikut:

1. Selasa, 1 Desember - Branding & Konten Marketing yang Tepat untuk Bisnis
2. Kamis, 3 Desember - Strategi Marketing dalam Berbisnis di Media Sosial
3. Selasa, 8 Desember - Panduan Membangun Tim Bisnis yang Optimal
4. Kamis, 10 Desember - Menilik Peluang Bisnis di E-commerce

Pelaksanaan dan persiapan untuk melaksanakan SIRCLO Academy ini sama seperti melaksanakan *event* lain yang sudah dijelaskan diatas. Perbedaannya adalah jika *event* kelas *online* menggunakan format *webinar* Zoom, untuk program mentoring menggunakan format meeting

Zoom. Pemilihan format meeting Zoom ini peserta dapat lebih interaktif dengan menyalakan kamera dan juga audio ketika bertanya. Tujuan lainnya adalah agar peserta dapat berinteraksi langsung dengan pembicara atau mentornya. Berikut adalah bukti pelaksanaan SIRCLO Academy yang telah diselenggarakan pada tanggal 1 Desember 2020. Untuk bentuk publikasi acara dapat dilihat pada lampiran.

Gambar 3.5 Pelaksanaan SIRCLO Academy Day 1



Sumber: Gambar pribadi penulis.

Jika dilihat dari uraian tugas peneliti diatas, konsep Event Marketing Mix merupakan konsep paling pas dan cocok untuk digunakan menjadi acuan dan konsep ini masih memiliki relevansi yang sangat pas untuk pelaksanaan event sebagai salah satu alat promosi dan penyebaran awareness.

Marketing mix merupakan komponen komponen dari sebuah *event* yang oleh McCarthy dan Perreault (1987) menyarankan agar berhubungan dengan faktor yang dapat dikendalikan. Dengan mengubah perbedaan komponen bauran pemasaran *event marketers* akan mengubah cara penyampaian acara, karena bauran pemasaran merupakan sebuah resep dan sebuah acara merupakan hasil dari bahan bahan yang dipilih oleh *event marketers* (Jackson. 2013, p.77.) Menurut McCarthy dalam Jackson (2013, p.77) *event marketing mix* terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

a. *Product*

Produk dari sebuah acara merupakan sebuah pengalaman staf, peserta, dan juga sponsor. Pengalaman dalam sebuah acara dipengaruhi oleh beberapa aspek baik yang terlihat ataupun tidak terlihat. Oleh sebab itu sebuah produk dalam event bukan merupakan satu hal melainkan gabungan dari berbagai komponen yang berbeda. Pengalaman setiap peserta pasti akan berbeda satu dengan yang lain.

b. *Price*

Price merupakan sumber finansial bagi P yang lain. mengatur dan menentukan harga merupakan sebuah proses yang sangat kompleks dimana dalam proses ini penyelenggara tidak bisa asal dalam menentukan harga, melainkan harus melihat beberapa faktor seperti dimana acara akan diselenggarakan, siapa target audiensnya, berapa uang yang harus dikeluarkan untuk produksi, bagaimana *positioning* acara yang akan diselenggarakan. Hal ini membutuhkan data seperti seberapa besar nominal yang rela peserta keluarkan untuk mengikuti acara tersebut, hingga melibatkan antara tim keuangan dan juga tim marketing dari sebuah event.

c. *Place*

Place merupakan sebuah tempat yang pada umumnya merupakan konsep yang jauh lebih disederhankan, dengan pengecualian *cyber-events* karena tidak memiliki tempat melainkan diselenggarakan melalui internet. Menurut Roger (2006) dalam Jackson (2013, p. 83) tempat berfokus pada aktivitas yang digunakan oleh suatu tujuan, atau tempat untuk membuat sebuah produk tersedia dan dapat diakses oleh calon klien. Karena tempat menjadi sentral sebuah acara, tempat dapat berpengaruh terhadap produk. Hal ini tidak berlaku untuk barang konsumsi.

d. *Promotion*

Jika kita membicarakan *promotion* berarti kita membicarakan tentang komunikasi pemasaran dan pengaplikasian bauran komunikasi

pemasaran. Alat promosi yang dapat kita gunakan dalam memasarkan sebuah acara dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.3. alat promosi

Alat Promosi	Kegunaan
<i>Direct Sales</i>	Pemasaran secara langsung 1:1
<i>Advertising</i>	Membayar atau menyewa kanal untuk mengiklankan sebuah acara
<i>Public relation</i>	Mendapatkan perhatian dari Khalayak
<i>Sponsorship</i>	Mendukung dan bergabung dalam sebuah acara atau mendapatkan pendanaan
<i>Sales promotion</i>	Mengatasi kekurangan Penjualan
<i>Direct marketing</i>	Menyajikan pesan yang Kompleks
<i>Trend shows and exhibition</i>	Mendorong komunikasi tatap muka
<i>Cause related marketing</i>	Mendapatkan kredibilitas

Sumber : Jackson. 2013, p. 85.

Berdasarkan pengalaman penulis selama melakukan magang di SIRCLO, konsep event marketing sesuai dengan implementasi yang dilakukan oleh SIRCLO. Penulis merasakan langsung pengimplementasian konsep *event marketing* tersebut karena penulis menangani langsung proses pembuatan *event* SIRCLO.

3.3.5 Kendala Yang Ditemukan

Selama melakukan praktek magang penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman baru yang dapat menjadi masukan dan ilmu yang sangat berguna dalam mengembangkan diri penulis. Adapun kendala yang dialami selama masa kerja magang ini dipengaruhi dari tiga faktor yaitu perusahaan, dan penulis sendiri. Kendala yang dialami penulis dari faktor perusahaan adalah

1. Dalam pelaksanaan event *online* pengalaman yang diberikan kepada peserta cukup panjang dari pengisian form hingga mendapatkan *link* Zoom dari *webinar* yang akan diadakan.
2. Penggunaan teknologi Hubspot sebagai formulir secara teknologi sudah sangat baik. Namun, pengalaman yang diberikan kepada calon peserta terlalu panjang hingga mendapatkan *link* Zoom
3. Guna keperluan *event* seharusnya pihak perusahaan menyediakan email *official* bagi divisi *event* agar bisa menyebarkan info kepada *customer database* secara langsung agar terlihat lebih resmi dan profesional. Sehingga penggunaan email pribadi peserta magang dapat dihindari.

Selain faktor perusahaan, ditemukan juga kendala karena faktor penulis sendiri antara lain:

1. Kendala dalam melakukan pekerjaan terkait dengan *copywriting* karena tidak memiliki dasar *copywriting*.